

Penguatan Kapasitas Diaspora Indonesia di Australia sebagai Penggerak Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Kearifan Lokal

Raditha Dwi Vata Hapsari^{1*}, Ananda Sabil Hussein², Rr Ayu Firdausiah³, Kardina Yudha Parwati⁴, Adelia Shabrina Prameka⁵, Nguyen (Beo) Thai⁶

^{1,2,4}Prodi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Indonesia

^{3,5}Prodi Kewirausahaan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Brawijaya, Indonesia

⁶School of Business, Faculty of Arts, Society and Business, University of Wollongong, Australia

Email: raditha.hapsari@ub.ac.id^{1*}

Abstrak

Kegiatan pengabdian masyarakat ini bertujuan untuk meningkatkan kapasitas mahasiswa Indonesia di Universitas Wollongong, Australia (PPI UOW) dalam mengomunikasikan potensi pariwisata berkelanjutan berbasis kearifan lokal kepada khalayak internasional melalui pendekatan partisipatif. Studi ini dilakukan dalam tiga fase dengan partisipasi 15 mahasiswa dari PPI UOW: (1) persiapan dan penilaian kebutuhan, (2) pelatihan, Focus Group Interview (FGD), implementasi dan pendampingan, dan (3) evaluasi dan tindak lanjut. Instrumen disusun berdasarkan tujuan dan materi kegiatan serta ditelaah berdasarkan kesesuaian isi dengan tujuan dan indikator kegiatan (content validity). Sebagai hasil dari kegiatan tersebut, skor kesadaran rata-rata peserta tentang pariwisata berkelanjutan dan pariwisata berbasis komunitas (CBT) meningkat sebesar 39,5%, dari 3,01 menjadi 4,20, dan tingkat keberhasilan 88% pengabdian ini berhasil diukur dari rata-rata presentase pengisian dari responden. Hasil utama studi ini, Kerangka Kerja Partisipatif, mendukung diaspora Indonesia dalam bertindak sebagai aktor diplomasi pariwisata, secara sistematis mengomunikasikan nilai-nilai budaya lokal dan pesan pariwisata berkelanjutan kepada khalayak internasional. Participatory Framework yang dihasilkan dari kegiatan ini membawa implikasi praktis yang signifikan bagi penguatan diplomasi pariwisata berbasis diaspora. Secara operasional, kerangka kerja ini menyediakan panduan terstruktur dan siklikal bagi organisasi mahasiswa seperti PPI UOW untuk mengolah kearifan lokal.

Keywords: Diaspora, Pariwisata berkelanjutan, Pariwisata berbasis komunitas, Pendekatan partisipatif, PKM internasional

PENDAHULUAN

Pariwisata berkelanjutan telah menjadi sebuah paradigma global dalam pembangunan ekonomi dan tidak hanya berfokus pada perolehan devisa, tetapi juga pada perlindungan ekosistem dan penguatan identitas budaya lokal. Pendekatan *community-based tourism* (CBT) memungkinkan masyarakat terlibat dalam proses perencanaan, pengelolaan, dan promosi destinasi sekaligus menjaga nilai budaya dan lingkungan. Berbagai kegiatan pengabdian kepada masyarakat menunjukkan bahwa penguatan kapasitas melalui sosialisasi, pelatihan, pemetaan potensi, dan pendampingan dapat meningkatkan kemampuan masyarakat dalam mengembangkan pariwisata berbasis potensi lokal secara lebih berkelanjutan (Muafi dkk., 2018; Yasir dkk., 2021; Muda, 2025). Penelitian Muda (2025) menunjukkan bahwa pembangunan *community-based tourism* (CBT) melalui pemetaan potensial, pelatihan terstruktur dan pendampingan, secara substansial mampu meningkatkan kemampuan lokal untuk mengelola pariwisata berkelanjutan. Namun, pertumbuhan industri pariwisata sering kali tidak mampu dinikmati secara adil oleh masyarakat lokal, dimana keuntungan didominasi

oleh perusahaan besar (Giampiccoli & Saayman, 2018; Jamal, Budke, & Barradas, 2019; Muda, 2025). Pendistribusian manfaat yang tidak merata ini menjadi penghambat pelaksanaan dilaksanakan CBT, hal ini terjadi karena kurangnya dukungan instritusional lokal untuk memadai pelaksanaan CBT.

Indonesia memiliki kekayaan alam dan budaya yang besar untuk dikembangkan sebagai daya tarik pariwisata berbasis kearifan lokal (Widyaswari, dkk, 2025). Namun, potensi tersebut belum selalu dikemas dan dipromosikan secara optimal, terutama di pasar internasional. Mengatasi kendala ini membutuhkan cakupan operasional CBT yang melampaui, tidak hanya pada batasa lokal, namun harus mampu menarik permintaan pasar internasional. Australia merupakan salah satu pasar penting bagi pariwisata Indonesia. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa wisatawan asal Australia menyumbang 11,92% dari total kunjungan wisatawan mancanegara melalui pintu masuk utama (BPS, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan adanya peluang untuk memperkuat promosi pariwisata Indonesia melalui pendekatan komunikasi yang lebih sesuai dengan karakteristik masyarakat Australia. Diaspora Indonesia, khususnya mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di luar negeri, memiliki posisi strategis sebagai penghubung antara Indonesia dan masyarakat internasional. Dalam hubungan internasional dan manajemen destinasi, komunitas diaspora luar negeri dan mahasiswa internasional menempati posisi strategis sebagai aktor non-negara yang menjalankan diplomasi publik informal (*soft power*) (Bislev, 2017). Transnasionalisme membangun jaringan sosial, ekonomi, dan budaya yang padat dan berkelanjutan lintas batas yang melewati batas-batas kaku yang berpusat pada negara (Bislev, 2017; Li, 2015).

PPI University of Wollongong (PPI UOW) sebagai wadah mahasiswa Indonesia di Australia memiliki jejaring sosial dan pengalaman lintas budaya yang potensial untuk dikembangkan sebagai bagian dari diplomasi pariwisata Indonesia. Namun, kegiatan pengabdian di bidang pariwisata selama ini lebih banyak berfokus pada pengembangan potensi destinasi, penguatan kapasitas masyarakat lokal, serta peningkatan kemampuan pengelolaan dan promosi wisata. Sementara itu, masih terbatas kegiatan yang secara khusus menempatkan diaspora Indonesia sebagai aktor komunikasi pariwisata kepada audiens internasional. Peran diaspora dalam memperkenalkan potensi pariwisata Indonesia juga masih cenderung bersifat informal, sehingga belum didukung oleh kerangka kerja yang secara sistematis dalam menghubungkan potensi wisata melalui praktik komunikasi kepada audiens internasional. Padahal, kegiatan pengabdian masyarakat di bidang pariwisata menunjukkan bahwa pengembangan strategi promosi dapat memperkuat kemampuan mitra dalam mengelola dan mempromosikan potensi wisata berbasis kearifan lokal (Roodhi dkk., 2025). Dengan demikian, terdapat kebutuhan untuk mengembangkan pendekatan pengabdian yang tidak hanya berorientasi pada promosi destinasi, tetapi juga pada penguatan kapasitas diaspora sebagai co-creator dalam mengembangkan dan mengomunikasikan narasi pariwisata Indonesia berbasis kearifan lokal kepada masyarakat internasional. Dalam kerangka ini, anggota diaspora dan asosiasi mahasiswa, seperti Perhimpunan Pelajar Indonesia di

Universitas Wollongong (PPI UOW) Australia bertindak sebagai diplomat publik informal yang melakukan diplomasi sehari-hari untuk mempromosikan pariwisata Indonesia di Australia (Cahyanto, Liu & Gallagher, 2023; Li, 2015).

Langkah awal yang dilakukan oleh tim pengabdian adalah melaksanakan diskusi *dearing* untuk analisis kebutuhan. Hasil dari diskusi tersebut adalah (1) keterbatasan pemahaman konseptual pariwisata berkelanjutan; (2) Belum tersedia *participatory framework* atau panduan praktis yang dapat digunakan diaspora untuk mengemas potensi kearifan lokal (*local wisdom*) Indonesia menjadi materi promosi yang sesuai dengan preferensi audiens internasional/Australia; (3) Potensi besar diaspora sebagai agen diplomasi tingkat *grassroots* belum tersambung secara optimal dengan upaya pemerintah maupun pengembang pariwisata di daerah. Keuntungan nyata keterlibatan diaspora dalam promosi pariwisata terletak pada dampak persuasif dari *digital marketing* dan komunikasi *Word-of-Mouth* (WOM) (Bislev, 2017; Li, 2015). Dalam *destination marketing*, diaspora merupakan segmen khusus bernilai tinggi yang niat perilakunya didorong oleh faktor-faktor psikologis dan emosional yang unik. Ikatan emosional, afektif, dan budaya dengan tanah air (keterikatan pada tempat) secara signifikan memprediksi niat untuk berkunjung kembali dan rekomendasi dari mulut ke mulut (WOM) yang positif. Pengalaman yang berkesan di tanah air memperkuat identitas diri dan sejarah keluarga, sehingga meningkatkan kesediaan diaspora untuk mempromosikan destinasi tanah air di tengah masyarakat tempat mereka bermukim. (Huang, Hung & Chen, 2018).

Pada pengabdian masyarakat ini anggota diaspora berfungsi sebagai advokat berkredensial yang sangat kredibel yang rekomendasi informalnya lebih dipercaya di kalangan penduduk lokal dibandingkan iklan komersial formal (Cahyanto, Liu & Gallagher, 2023). Anggota diaspora mahasiswa memiliki pengetahuan pasar lintas budaya yang bernuansa mengenai preferensi masyarakat tuan rumah, pesan relasional mereka secara efektif mampu untuk melakukan penawaran pariwisata untuk audiens asing. Namun demikian, promosi budaya yang dipimpin diaspora sering kali tetap terfragmentasi, informal, atau kurang dimanfaatkan karena kurangnya arsitektur naratif terpusat dan alat komunikasi terstruktur (Kusnedi, Hutagalung, & Wulan, 2025). Untuk mengoptimalkan diplomasi diaspora, proses ini melibatkan perubahan kebijaksanaan lokal dan prinsip CBT berkelanjutan menjadi narasi dengan nilai sosial-budaya publik internasional.

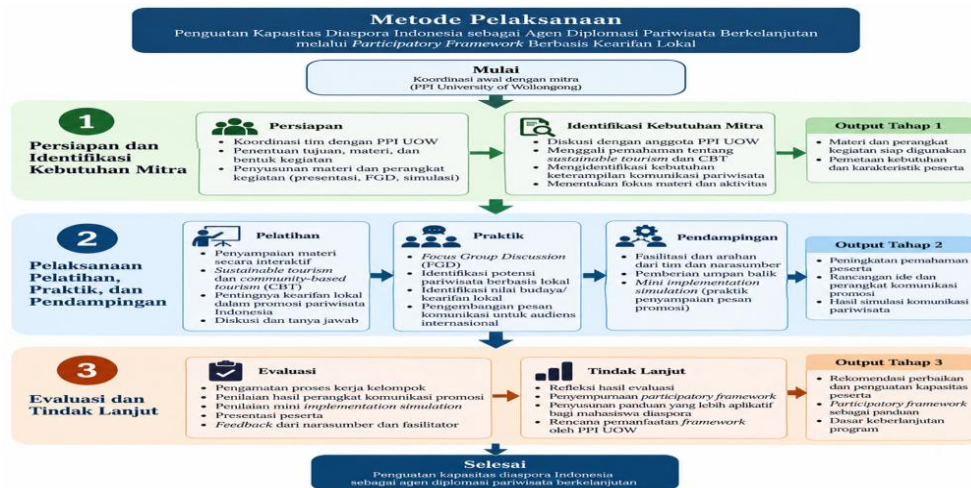
Kesenjangan (*gap*) layanan masyarakat yang kritis muncul dari permasalahan-permasalahan diatas menunjukkan terdapat kekosongan yang jelas dalam memanfaatkan diaspora mahasiswa luar negeri sebagai penghubung komunikasi sistematis untuk pariwisata berkelanjutan di negara target utama, hal ini yang membedakan pengabdian masyarakat ini dengan yang lain. Berdasarkan kondisi tersebut, diperlukan kegiatan penguatan kapasitas bagi diaspora Indonesia agar mampu berperan secara lebih sistematis sebagai agen diplomasi pariwisata. inisiatif tim pengabdian ini untuk mengisi kekosongan tersebut dengan memperluas prinsip CBT ke jaringan mahasiswa luar negeri dan membekali mereka dengan metodologi komunikasi yang terstruktur. Kegiatan ini diarahkan pada pengembangan

Participatory Framework yang mengintegrasikan identifikasi potensi wisata dengan kearifan lokal serta strategi komunikasi kepada audiens internasional. Pendekatan partisipatif dipilih agar kerangka yang dihasilkan tidak hanya bersifat konseptual, tetapi juga dapat disusun berdasarkan pengalaman, kebutuhan, dan kapasitas peserta. Pendekatan serupa dalam kegiatan pengabdian masyarakat terbukti relevan untuk mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat melalui proses pemetaan, pendampingan, dan evaluasi partisipatif (Rumayya dkk., 2025). Tim pengabdian masyarakat dilakukan di University of Wollongong, Australia, melibatkan mahasiswa Indonesia dari PPI UOW. Dengan menggunakan pendekatan partisipatif tiga tahap dilakukan mencakup penilaian kebutuhan, pelatihan interaktif dengan Diskusi Kelompok Fokus (FGD), dan simulasi implementasi mini, proyek ini mengembangkan *participatory framework*. Kebaruan dari *Participatory Framework* yang dikembangkan dalam program pengabdian ini terletak pada transformasi peran mitra, perluasan cakupan *Community-Based Tourism (CBT)* ke ranah transnasional, serta pendekatan metodologisnya yang terstruktur dan siklika; (1) Mengalihkan locus pemberdayaan ke diaspora mahasiswa di negara target pasar utama (Australia /PPI UOW). Diaspora ditransformasikan dari sekadar konsumen pendidikan atau agen promosi informal menjadi aktor diplomasi pariwisata yang sistematis (*informal public diplomats/grassroots ambassadors*); dan (2) Memperluas prinsip partisipatif CBT ke lingkungan transnasional. Diaspora ditempatkan sebagai external communication liaisons yang menghubungkan cerita kearifan lokal desa wisata dengan ekspektasi kultural audiens internasional tanpa mengambil alih kepemilikan budaya masyarakat lokal.

Dengan demikian, kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk memperkuat kapasitas diaspora Indonesia di University of Wollongong dalam mengomunikasikan potensi pariwisata dan kearifan lokal Indonesia kepada audiens internasional melalui pendekatan pariwisata berkelanjutan

METODE KEGIATAN

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dilaksanakan pada hari Senin, 14 September 2026 di University of Wollongong. Pendekatan yang digunakan adalah partisipatif dengan melibatkan mahasiswa Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI) University of Wollongong (UOW) sebagai mitra secara aktif (*participatory approach*). Pendekatan ini digunakan agar kegiatan tidak hanya berorientasi pada penyampaian pengetahuan, tetapi juga menghasilkan proses pembelajaran dan perangkat komunikasi yang dikembangkan berdasarkan pengalaman, kebutuhan, serta kapasitas peserta. Metode pelaksanaan dirancang dalam beberapa tahapan, yaitu: (1) Persiapan dan identifikasi kebutuhan, (2) pelatihan, praktik, dan pendampingan, serta (3) Evaluasi dan tindak lanjut, sebagaimana tercantum pada Gambar 1 sebagai berikut:



Gambar 1 - Diagram Alir Metode Pelaksanaan Kegiatan

Gambar 1 menunjukkan masing-masing penjelasan tiap tahapan metode pelaksanaan kegiatan.

Tahap 1 - Persiapan dan Identifikasi Kebutuhan Mitra

Tujuan tahap 1 adalah untuk menetapkan keselarasan organisasi dan menyesuaikan intervensi dengan kompetensi dasar kelompok diaspora target.

1. Koordinasi dan Perencanaan Tim

Pertemuan daring untuk koordinasi awal dilakukan dengan pengurus PPI UOW untuk menentukan tujuan proyek, jadwal operasional, dan format pelaksanaan.

2. Identifikasi Kebutuhan: *Online meeting* dilakukan untuk mengevaluasi pemahaman dan kebutuhan tentang penyusunan konsep pariwisata berkelanjutan dan mengidentifikasi kekurangan dalam keterampilan komunikasi mereka saat mempromosikan destinasi Indonesia kepada audiens internasional.

3. Penyusunan Instrumen dan Material

Tim menyusun materi pelatihan tentang Pariwisata Berkelanjutan, Pariwisata Berbasis Komunitas (CBT), dan integrasi budaya lokal Indonesia dalam pemasaran pariwisata internasional, beserta instrumen evaluasi berupa pre-test, post-test, FGD, dan simulasi. Instrumen tes disusun berdasarkan indikator materi dan diuji melalui *expert judgment*. Validitas isi pre-test dan post-test diukur menggunakan *Content Validity Ratio (CVR)* berdasarkan Lawshe (1975) dalam Sürücü (2020) untuk memastikan kesesuaian setiap butir dengan materi yang diajarkan.

Tahap Pelaksanaan

Tahap kedua merupakan inti kegiatan penguatan kapasitas yang dilaksanakan melalui:

1. Pre-test

Instrumen pre-test pemahaman peserta menggunakan skala 1–5 dan mencakup lima indikator yang ditanyakan, yaitu pemahaman mengenai *sustainable tourism*, *community-based tourism*, kemampuan mengidentifikasi potensi dan kearifan lokal, kemampuan menyusun pesan pariwisata berbasis kearifan lokal, serta kemampuan menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens internasional. Instrumen disusun berdasarkan tujuan dan materi

kegiatan serta ditelaah berdasarkan kesesuaian isi dengan tujuan dan indikator kegiatan (*content validity*)

2. Pelatihan interaktif

Pelatihan diawali dengan penyampaian materi mengenai prinsip *sustainable tourism* dan *community-based tourism* pada destinasi wisata Indonesia. Materi diberikan secara interaktif untuk membangun pemahaman peserta mengenai pentingnya pengembangan pariwisata yang tidak hanya memperhatikan aspek ekonomi, tetapi juga keberlanjutan lingkungan, masyarakat, dan identitas budaya lokal

3. Focus Group Discussion (FGD)

Setelah memperoleh pemahaman konseptual, peserta terlibat dalam *Focus Group Discussion (FGD)* untuk mengidentifikasi potensi pariwisata berbasis lokal di Indonesia dan mengembangkannya menjadi ide komunikasi yang sesuai dengan karakteristik audiens internasional

Tahap Pendampingan

Tahap ini diharapkan dapat menghubungkan pemahaman konseptual dengan kemampuan praktis peserta dalam mengomunikasikan pariwisata Indonesia.

1. Tahap Evaluasi

Tahap ketiga dilakukan melalui evaluasi dan refleksi terhadap proses dan hasil kegiatan. Evaluasi dilakukan melalui pre-test dan post-test, pengamatan proses kerja kelompok, hasil perangkat komunikasi promosi, serta pelaksanaan mini implementation simulation. Pre-test diberikan sebelum pelatihan dan post-test setelah seluruh rangkaian kegiatan selesai dengan menggunakan indikator dan skala pengukuran yang sama. Data dianalisis secara deskriptif dengan membandingkan rata-rata skor pre-test dan post-test. Persentase peningkatan pemahaman dihitung menggunakan rumus:

$$\text{Peningkatan (\%)} = ((\text{Post-test} - \text{Pre-test}) / \text{Pre-test}) \times 100\%$$

Hasil evaluasi dianalisis berdasarkan rata-rata skor dari lima indikator penilaian (pemahaman *sustainable tourism*, pemahaman *community-based tourism*, Identifikasi potensi dan kearifan lokal. Adaptasi pesan untuk audiens internasional dan digunakan bersama observasi serta umpan balik fasilitator untuk mengevaluasi kemampuan peserta. Hasil evaluasi selanjutnya digunakan sebagai dasar refleksi dan penyempurnaan *Participatory Framework*

HASIL DAN PEMBAHASAN

Persiapan

1. Identifikasi Kebutuhan Mitra

Koordinasi awal dilakukan dengan pengurus PPI UOW melalui pertemuan daring untuk menentukan tujuan proyek, jadwal operasional, dan format pelaksanaan. Dilanjutkan dengan diskusi daring terkait analisis kebutuhan, adapun hasil dari diskusi daring tersebut adalah:

Tabel 1 Analisis Kebutuhan dan Rencana Kegiatan

Kebutuhan	Rencana Kegiatan
Pemahaman pariwisata berkelanjutan dan <i>Community-Based Tourism</i> (CBT).	Pemberian materi konseptual pariwisata berkelanjutan dan <i>Community-Based Tourism</i> (CBT).
<i>Participatory framework</i> atau panduan praktis yang dapat digunakan diaspora untuk mengemas potensi kearifan lokal (<i>local wisdom</i>) Indonesia menjadi materi promosi yang sesuai dengan preferensi audiens internasional/Australia	Focus Group Discussion dan pembuatan framework praktis untuk materi promosi
Potensi besar diaspora sebagai agen diplomasi tingkat <i>grassroots</i> belum tersambung secara optimal dengan upaya pemerintah maupun pengembang pariwisata di daerah.	1. Pendampingan 2. Rangkaian program pengabdian yang menjembatani akademik dan komunitas diaspora di Australia

2. Penyusunan Instrumen dan Material

Tim merancang materi pelatihan berbasis Pariwisata Berkelanjutan, CBT, dan integrasi budaya lokal untuk pemasaran internasional. Pada saat bersamaan, instrumen evaluasi berupa pra-tes, post-tes, skenario FGD, dan rubrik. Dalam penyusunan instrumen, tim juga melakukan uji validitas instrumen untuk pertanyaan – pertanyaan pre-test dan post-test dengan 2 *expertise* menggunakan indeks CVR. Guna melancarkan program pengabdian kedepannya, tim melaksanakan pre-test untuk mengidentifikasi kebutuhan awal peserta melalui survey dengan instrumen pengukuran untuk identifikasi kebutuhan awal peserta dilakukan dengan peserta menjawab pertanyaan sebagaimana tercantum pada tabel 2 dengan menggunakan skala likert 1-5 mulai dari sangat tidak memahami (1) hingga sangat memahami (5).

Tabel 2 Instrumen Pre-Test Pengukuran Identifikasi Kebutuhan Awal Peserta

No	Dimensi	Kode	Item Pengukuran
1	<i>Sustainable Tourism</i>	ST1	Saya memahami konsep dasar pariwisata berkelanjutan (<i>sustainable tourism</i>).
2		ST2	Saya memahami pentingnya mempertimbangkan aspek lingkungan, sosial-budaya, dan ekonomi dalam pengembangan pariwisata.
3		ST3	Saya mampu menjelaskan bagaimana prinsip pariwisata berkelanjutan dapat diterapkan dalam komunikasi dan promosi destinasi wisata.
4	<i>Community-Based Tourism (CBT)</i>	CBT1	Saya memahami peran masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas (<i>community-based tourism</i>).
5		CBT2	Saya memahami pentingnya memastikan bahwa aktivitas pariwisata memberikan manfaat bagi masyarakat lokal.
6		CBT3	Saya memahami pentingnya partisipasi masyarakat lokal dalam mengidentifikasi dan mengembangkan potensi pariwisata.
7	Potensi dan Kearifan Lokal	KL1	Saya mampu mengidentifikasi potensi wisata yang dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan.
8		KL2	Saya mampu mengidentifikasi nilai budaya, tradisi, atau kearifan lokal yang terkait dengan suatu destinasi.
9		KL3	Saya mampu menghubungkan kearifan lokal dengan potensi dan pengalaman wisata yang dapat diperkenalkan kepada wisatawan.
10	Penyusunan Pesan	PM1	Saya mampu menentukan daya tarik utama suatu destinasi yang relevan untuk dikomunikasikan.
11	Pariwisata	PM2	Saya mampu mengembangkan cerita atau narasi yang menarik

			mengenai suatu destinasi wisata.
12		PM3	Saya mampu mengintegrasikan kearifan lokal dan nilai keberlanjutan ke dalam pesan komunikasi pariwisata.
13	Pesan untuk Audiens	AI1	Saya mampu mempertimbangkan karakteristik audiens internasional ketika menyampaikan informasi mengenai pariwisata Indonesia.
14	Internasional	AI2	Saya mampu menyesuaikan bahasa dan konteks budaya pesan pariwisata untuk audiens internasional.
15		AI3	Saya mampu memilih media atau kanal komunikasi yang sesuai untuk menyampaikan pesan pariwisata Indonesia kepada audiens internasional.

Adapun tabel 2 merupakan hasil penilaian validitas isi terhadap instrumen evaluasi yang dievaluasi oleh 2 orang ahli/pakar (E1 dan E2) menggunakan instrumen Content Validity Ratio (CVR). Skor CVR 1.00 mengindikasikan tingkat kesepakatan 100% antar-validator bahwa instrumen tersebut memenuhi seluruh kriteria kognitif dan teknis. Status Keputusan: Instrumen penelitian/pengukuran dinyatakan sangat valid secara isi dan layak langsung digunakan (ready to use) dalam kegiatan penelitian atau evaluasi tanpa perlu dilakukan revisi pada aspek format, petunjuk, maupun konstruksi butir soal.

Tabel 3 Uji Validitas Instrumen Pra-tes dan Post-test

Kriteria Konten Validitas	E1	E2	CVR
1. Tujuan dari instrumen dinyatakan dengan jelas.	✓	✓	1.00
2. Format instrumen sudah sesuai.	✓	✓	1.00
3. Makna dari setiap butir (<i>item</i>) jelas.	✓	✓	1.00
4. Petunjuk/instruksi pengisian jelas.	✓	✓	1.00
5. Skala pengukuran sudah sesuai.	✓	✓	1.00
Rata-rata CVR			1.00

Pelaksanaan

1. Pelaksanaan Pre-test Peserta

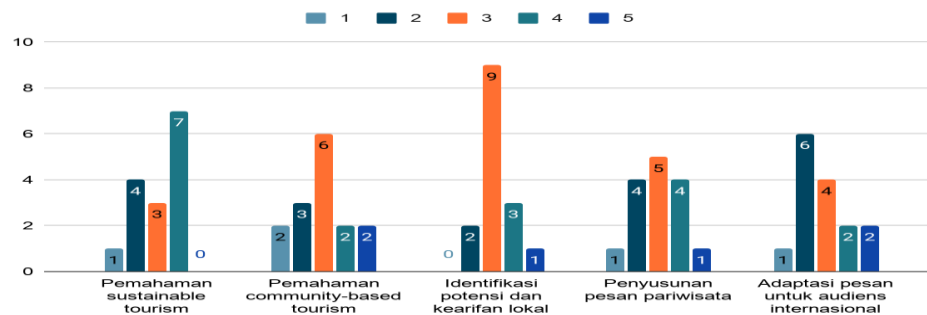
Instrumen pre-test menggunakan skala 1–5 dengan lima indikator, meliputi pemahaman *sustainable tourism* dan CBT, identifikasi kearifan lokal, penyusunan pesan pariwisata, serta penyesuaian pesan untuk audiens internasional. Instrumen disusun berdasarkan tujuan kegiatan dan diuji melalui *content validity*. Hasil asesmen menunjukkan rata-rata pemahaman peserta sebesar 3,07 untuk pariwisata berkelanjutan, 2,93 untuk CBT, 3,20 dalam mengidentifikasi kearifan lokal, dan 2,87 dalam menyesuaikan pesan dengan audiens internasional.

Tabel 4 Hasil Identifikasi Kebutuhan Awal Peserta

Aspek yang Diidentifikasi	Rata-rata Skor (1–5)	Interpretasi
Pemahaman <i>sustainable tourism</i>	3,07	Cukup
Pemahaman <i>community-based tourism</i>	2,93	Cukup
Identifikasi potensi dan kearifan lokal	3,20	Cukup
Penyusunan pesan pariwisata	3,00	Cukup
Adaptasi pesan untuk audiens internasional	2,87	Cukup
Rata-rata keseluruhan	3,01	Cukup

Hasil tabel 4 menunjukkan bahwa kebutuhan utama peserta bukan hanya penambahan pengetahuan dan pemahaman mengenai destinasi wisata Indonesia, tetapi terutama penguatan kemampuan untuk mengolah pengetahuan tersebut menjadi pesan komunikasi yang relevan

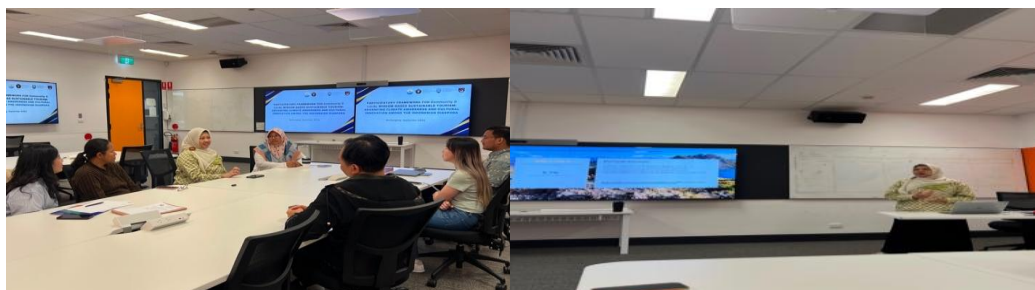
bagi audiens internasional. Oleh karena itu, kegiatan dirancang menggunakan pendekatan partisipatif yang memungkinkan peserta tidak hanya menerima materi, tetapi juga mengidentifikasi potensi, mendiskusikan nilai lokal, menyusun pesan, dan mempraktikkannya. Pendekatan tersebut sejalan dengan prinsip *Community-Based Tourism* yang menempatkan masyarakat sebagai aktor aktif dalam mengidentifikasi dan mengembangkan potensi pariwisata lokal (Muafi dkk., 2018; Yasir, 2021). Dalam kegiatan ini, prinsip partisipasi tersebut diperluas dalam konteks diaspora, yaitu dengan menempatkan mahasiswa Indonesia di luar negeri sebagai pihak yang dapat membantu mengomunikasikan potensi dan nilai pariwisata Indonesia kepada lingkungan internasional.



Gambar 2 Distribusi Hasil Jawaban Peserta

2. Focus Group Discussion: Peningkatan Pemahaman mengenai Pariwisata Berkelanjutan dan CBT

Tahap kedua berupa pelatihan interaktif mengenai *sustainable tourism* dan *community-based tourism* melalui pemaparan, diskusi, tanya jawab, dan studi kasus. Peserta diarahkan memahami pentingnya keberlanjutan lingkungan, manfaat bagi masyarakat lokal, serta pelestarian budaya dalam promosi pariwisata. Kegiatan dilaksanakan pada 14 September 2026 di Building 17 Room 17-102, University of Wollongong, pukul 10.00, dengan 15 peserta dari PPI UoW. Materi disampaikan oleh Raditha Dwi Vata Hapsari, S.E., M.M., Ph.D., Dosen Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya.



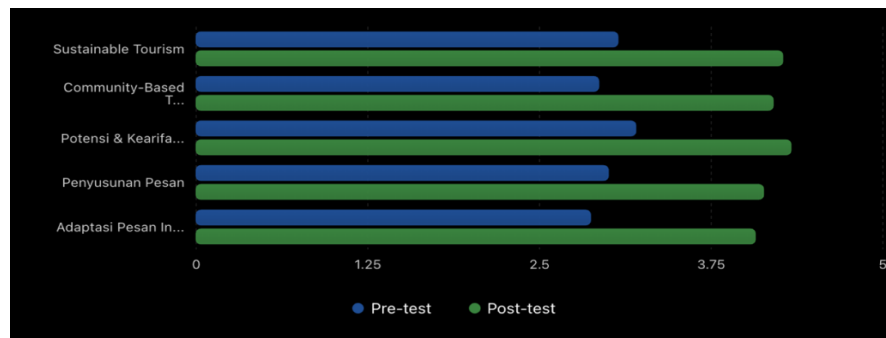
Gambar 3 Sesi Pelatihan pada Kegiatan Pengabdian Masyarakat

Setelah materi, peserta berdiskusi mengenai penerapan konsep *sustainable tourism* dan CBT dalam komunikasi pariwisata Indonesia. Diskusi menunjukkan perubahan perspektif, dari promosi yang hanya menonjolkan keindahan destinasi menjadi promosi yang juga mengangkat nilai budaya, keterlibatan masyarakat, dan keberlanjutan. Evaluasi melalui pre-test dan post-test dengan skala 1–5 menunjukkan peningkatan pemahaman peserta.

Penilaian mencakup lima indikator, yaitu pemahaman *sustainable tourism* dan CBT, identifikasi potensi serta kearifan lokal, penyusunan pesan pariwisata, dan penyesuaian pesan dengan audiens internasional.

Tabel 5 Hasil Perbandingan Pre-test dan Post-test Peserta

Indikator	Pre-test	Post-test	Peningkatan (%)
Pemahaman <i>sustainable tourism</i>	3,07	4,13	34,5
Pemahaman <i>community-based tourism</i>	2,93	4,20	43,3
Identifikasi potensi dan kearifan lokal	3,20	4,27	33,4
Penyusunan pesan pariwisata	3,00	4,20	40,0
Adaptasi pesan untuk audiens internasional	2,87	4,20	46,3
Rata-rata keseluruhan	3,01	4,20	39,5



Gambar 4 Perbandingan Pemahaman Peserta Sebelum dan Setelah Pelatihan

Berdasarkan Tabel 3, rata-rata pemahaman peserta meningkat dari 3,01 pada pre-test menjadi 4,20 pada post-test, atau sebesar 39,5%. Peningkatan terjadi pada seluruh indikator, baik pemahaman konseptual tentang *sustainable tourism* dan CBT maupun kemampuan aplikatif dalam mengidentifikasi kearifan lokal, menyusun pesan, dan menyesuaikan komunikasi dengan audiens internasional. Hasil ini menunjukkan bahwa kombinasi pelatihan, diskusi, dan praktik efektif dalam menghubungkan konsep dengan konteks nyata. Temuan tersebut sejalan dengan Yasir (2021) dan Muafi dkk. (2018) yang menekankan pentingnya pelatihan, pendampingan, dan keterlibatan masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis komunitas.

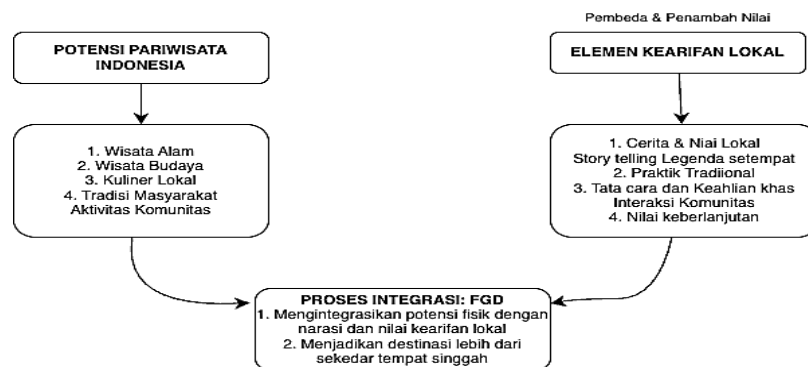
3. Identifikasi Potensi Pariwisata dan Kearifan Lokal

Setelah memperoleh pemahaman konseptual, peserta dibagi ke dalam kelompok untuk melakukan *Focus Group Discussion* (FGD). FGD diarahkan untuk mengidentifikasi potensi pariwisata Indonesia yang dapat diperkenalkan kepada audiens internasional, sekaligus menggali nilai budaya dan kearifan lokal yang melekat pada destinasi tersebut.



Gambar 5 Sesi *Forum Group Discussion* (FGD)

Proses ini menghasilkan beberapa kategori potensi yang menjadi bahan diskusi peserta, yaitu wisata alam, wisata budaya, kuliner lokal, tradisi masyarakat, dan aktivitas berbasis komunitas. Peserta kemudian mendiskusikan nilai atau cerita lokal yang dapat menjadi pembeda dari sekadar penyebutan destinasi. Sebagai contoh, suatu destinasi tidak hanya diposisikan sebagai tempat yang memiliki pemandangan menarik, tetapi juga dikaitkan dengan tradisi masyarakat, praktik lokal, interaksi dengan komunitas, atau nilai keberlanjutan yang dapat memberikan pengalaman yang lebih bermakna bagi wisatawan. Pendekatan ini penting karena kearifan lokal dapat menjadi elemen yang memperkuat identitas destinasi. Hasil dari identifikasi potensi pariwisata bersama mahasiswa PPI UoW adalah sebagai berikut:



Gambar 6 Hasil dari Analisis diaspora dalam menggali potensi dan integrasi

Hasil FGD dilanjutkan dengan penyusunan pesan komunikasi pariwisata yang menerjemahkan potensi dan kearifan lokal agar mudah dipahami audiens internasional. Peserta mempertimbangkan aspek bahasa, konteks budaya, karakteristik audiens, dan media komunikasi, serta diarahkan untuk menekankan pengalaman, identitas budaya, dan keberlanjutan daripada promosi komersial. Pendekatan ini relevan bagi diaspora karena mahasiswa Indonesia di Australia dapat berperan sebagai penghubung antara narasi pariwisata Indonesia dan perspektif internasional (Lowe, 2015).

4. Pendampingan Komunikasi Pariwisata

Peserta melakukan simulasi komunikasi pariwisata dengan mempresentasikan pesan destinasi Indonesia kepada audiens internasional. Pendampingan dan umpan balik diberikan berdasarkan relevansi potensi wisata, keterkaitan dengan kearifan lokal, kejelasan pesan, serta kesesuaian dengan karakteristik audiens. Melalui praktik ini, peserta memperbaiki pesan dengan mengurangi informasi umum dan memperkuat cerita mengenai nilai budaya serta keberlanjutan.

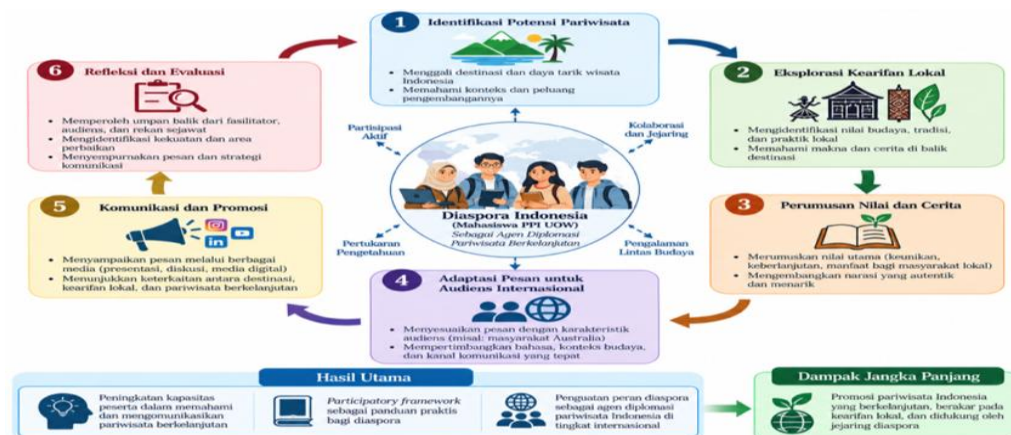
Tabel 6 Hasil Evaluasi Pelatihan dan Pendampingan

Aspek Penilaian	Baik–Sangat Baik	Persentase
Relevansi pemilihan potensi wisata	14 dari 15	93,3%
Integrasi kearifan lokal	13 dari 15	86,7%
Kejelasan pesan	13 dari 15	86,7%
Kesesuaian dengan audiens internasional	12 dari 15	80,0%
Kemampuan presentasi	14 dari 15	93,3%
Rata-rata	13,2 dari 15	88,0%

Hasil Tabel 3 menunjukkan bahwa peserta umumnya mampu menghubungkan potensi wisata dengan kearifan lokal dan menyusunnya menjadi pesan yang sesuai bagi audiens internasional. Namun, kemampuan menyesuaikan pesan dengan karakteristik audiens masih perlu diperkuat. Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi internasional memerlukan lebih dari sekadar pengetahuan destinasi, tetapi juga pengalaman praktik dan umpan balik untuk memahami perbedaan latar belakang budaya. Oleh karena itu, pendampingan menjadi bagian penting dalam *framework* yang dikembangkan.

Participatory Framework Penguatan Diaspora sebagai Agen Diplomasi Pariwisata Berkelanjutan

Rangkaian identifikasi, diskusi, pengembangan pesan, praktik, dan evaluasi dirumuskan menjadi *participatory framework* untuk mendukung diaspora dalam komunikasi pariwisata berkelanjutan. *Framework* ini bersifat partisipatif dan siklikal, dengan evaluasi sebagai dasar perbaikan strategi komunikasi berikutnya. Diaspora berperan sebagai penghubung yang menyampaikan cerita dan nilai budaya lokal kepada audiens internasional tanpa menggantikan masyarakat lokal sebagai pemilik budaya. Kearifan lokal menjadi unsur penting dalam membangun diferensiasi pesan, sementara pengalaman diaspora dalam interaksi lintas budaya membantu menyesuaikan komunikasi dengan audiens internasional. Dengan demikian, luaran kegiatan tidak hanya berupa peningkatan kapasitas 15 peserta, tetapi juga terbentuknya mekanisme sistematis yang menghubungkan pengetahuan budaya, kemampuan komunikasi internasional, dan promosi pariwisata berkelanjutan.



Gambar 4. *Participatory Framework* Penguatan Kapasitas Diaspora Indonesia sebagai gen Diplomas Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Kearifan Lokal

Framework pada Gambar 4 menunjukkan proses komunikasi pariwisata yang bersifat partisipatif dan berkelanjutan melalui promosi, refleksi, dan evaluasi. Hasil evaluasi digunakan untuk memperbaiki pemilihan potensi, narasi, dan strategi komunikasi berikutnya. Diaspora berperan sebagai penghubung antara masyarakat lokal sebagai pemilik budaya dan audiens internasional, dengan kearifan lokal sebagai unsur pembeda pesan. Pengalaman mahasiswa Indonesia di Australia dalam interaksi lintas budaya juga mendukung penyampaian narasi Indonesia secara kontekstual (Lowe, 2015). Dengan demikian, *framework* ini tidak hanya meningkatkan kapasitas 15 peserta, tetapi juga membentuk

mekanisme sistematis yang menghubungkan pengetahuan budaya, komunikasi internasional, dan promosi pariwisata berkelanjutan.

Evaluasi dan Tindak Lanjut

Tahap evaluasi dilakukan melalui pengamatan terhadap proses kerja kelompok, presentasi peserta, hasil simulasi, serta umpan balik dari fasilitator dan peserta. Evaluasi tidak hanya diarahkan untuk menilai keberhasilan penyampaian materi, tetapi juga untuk mengetahui sejauh mana peserta mampu menerapkan pendekatan partisipatif dalam mengembangkan komunikasi pariwisata. Secara keseluruhan, hasil evaluasi pada Tabel 4 menunjukkan bahwa 14 dari 15 peserta (93,3%) menyatakan kegiatan relevan dengan kebutuhan mereka sebagai mahasiswa Indonesia yang berada di lingkungan internasional. Sementara itu, 13 peserta (86,7%) menyatakan bahwa kombinasi antara materi, FGD, praktik, dan pendampingan membantu mereka memahami cara mengkomunikasikan potensi wisata Indonesia secara lebih sistematis.

Tabel 4. Hasil Evaluasi Kegiatan Pengabdian kepada Masyarakat

Indikator Evaluasi	Peserta yang Menilai Baik–Sangat Baik	Persentase
Relevansi materi	14	93,3%
Kesesuaian metode kegiatan	13	86,7%
Manfaat FGD	14	93,3%
Manfaat praktik/simulasi	13	86,7%
Manfaat pendampingan	13	86,7%
Potensi penerapan setelah kegiatan	14	93,3%

Hasil evaluasi tersebut menjadi dasar untuk melakukan refleksi terhadap *participatory framework*. *Framework* tidak diposisikan sebagai produk yang bersifat final, tetapi sebagai panduan yang dapat dikembangkan berdasarkan pengalaman peserta dan kebutuhan komunikasi pariwisata di masa mendatang. Meskipun hasil aktivitas menunjukkan efektivitas intervensi—yang dibuktikan dengan peningkatan skor pemahaman peserta dari 3,01 menjadi 4,20 (peningkatan 39,5%) dan skor simulasi rata-rata 88,0%—penerapan independen Kerangka Partisipatif oleh diaspora mahasiswa setelah acara masih menghadapi beberapa tantangan operasional. Evaluasi mengungkapkan bahwa menyesuaikan karakteristik pesan untuk audiens internasional mencapai tingkat keberhasilan terendah (80,0%) dibandingkan aspek seperti relevansi potensial dan keterampilan penyajian (93,3%); ini menunjukkan bahwa keterampilan menerjemahkan kebijaksanaan lokal secara budaya membutuhkan latihan dan umpan balik yang berkelanjutan.

Selain itu, status anggota PPI UOW sebagai mahasiswa penuh waktu di Universitas Wollongong mengharuskan penyeimbangan beban akademik dengan partisipasi sukarela dalam diplomasi pariwisata. Tanpa dukungan repositori konten digital standar dan saluran komunikasi real-time yang menghubungkan diaspora di Australia secara langsung dengan pengelola desa pariwisata di tanah air, sinkronisasi narasi pariwisata berkelanjutan yang terkini berisiko menghadapi hambatan pasca-aktivitas.

Jika dibandingkan dengan studi dan program serupa, pendekatan ini menawarkan perspektif baru tentang pelayanan masyarakat di sektor pariwisata. Program layanan pariwisata

biasanya berfokus pada penguatan kapasitas internal manajer destinasi atau Kelompok Kesadaran Pariwisata (Pokdarwis) di lokasi fisik desa pariwisata lokal (Muafi et al., 2018; Yasir, 2021; Rumayya et al., 2025). Sebaliknya, program ini memperluas prinsip partisipatif CBT ke ranah transnasional, di mana mahasiswa diaspora tidak mengelola operasi fisik melainkan berfungsi sebagai penghubung komunikasi eksternal, menghubungkan narasi lokal dengan pasar internasional. Posisi ini memperkuat argumen Lowe (2015), yang mengidentifikasi mahasiswa internasional sebagai instrumen penting dalam hubungan antarnegara dan diplomasi publik melalui interaksi antar orang.

KESIMPULAN

Kegiatan pengabdian ini berhasil meningkatkan kapasitas mahasiswa PPI UOW sebagai agen diplomasi pariwisata berkelanjutan secara terukur:

1. Peningkatan Pemahaman: Skor rata-rata pemahaman peserta mengenai sustainable tourism dan CBT meningkat 39,5%, dari 3,01 (Cukup) menjadi 4,20 (Baik)
2. Capaian Praktis: Peserta meraih tingkat keberhasilan 88,0% dalam simulasi penyampaian pesan pariwisata berbasis kearifan lokal kepada audiens internasional
3. Luaran utama kegiatan ini adalah *Participatory Framework*, kerangka kerja sistematis dan siklikal yang memandu diaspora bertindak sebagai *external communication liaisons* dalam menyampaikan narasi pariwisata berkelanjutan secara kontekstual bagi masyarakat internasional

Untuk memperkuat dampak dan jangkauan program diplomasi pariwisata berbasis komunitas, disarankan agar *Participatory Framework* yang dihasilkan dalam kegiatan ini direplikasi dan diimplementasikan pada komunitas diaspora Indonesia di negara target pasar utama lainnya. Perluasan dapat dilakukan melalui jaringan Perhimpunan Pelajar Indonesia (PPI Dunia) serta organisasi diaspora seperti Indonesian Diaspora Network (IDN). Penerapan kerangka kerja secara lebih luas akan memvalidasi keandalan metodologi ini dalam membekali diaspora dari berbagai latar belakang negara tujuan untuk melakukan penerjemahan budaya (cultural translation) yang relevan dengan karakteristik audiens lokal masing-masing. Langkah ini sekaligus mentransformasi jejaring mahasiswa internasional menjadi kanal diplomasi publik yang tersinkronisasi dan berkelanjutan bagi pariwisata Indonesia.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kami sampaikan kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (UB) atas segala dukungan, kesempatan dan kepercayaannya kepada tim untuk melaksanakan pengabdian masyarakat internasional dosen berkarya 2026. Alhamdulillah seluruh hasil dalam pengabdian ini dapat memberikan kebermanfaatan bersama. Tidak lupa pula kami ucapkan pada mitra pengabdian luar negeri tim kami dari University of Wollongong, Australia.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik. (2024). Perkembangan pariwisata Maret 2024. Badan Pusat Statistik.
- Lowe, D. (2015). Australia's Colombo Plans, old and new: International students as foreign relations. *International Journal of Cultural Policy*, 21(4), 448–462. <https://doi.org/10.1080/10286632.2015.1042468>
- Muafi, M., Sugandini, D., S Susilowati, C. (2018). Pemberdayaan masyarakat melalui pendekatan community based tourism di Desa Kepakisan Dataran Dieng. *Abdimas: Jurnal Pengabdian Masyarakat Universitas Merdeka Malang*, 3(1), 48–54. <https://doi.org/10.26905/abdimas.v3i1.2250>
- Rumayya, R., Rahayu, T. P., Nindya, T. S., Prameswari, Z. W. A. W., S Akhsani, O. (2025). Pilot program pengembangan desa wisata berwawasan lingkungan dan kearifan lokal di Desa Kuripansari, Kabupaten Mojokerto. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(12), 2627–2633. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i12.10091>
- Yasir, Y. (2021). Pemberdayaan masyarakat melalui community-based tourism (CBT) dalam mewujudkan Desa Wisata Koto Sentajo. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 27(4), 352–360. <https://doi.org/10.24114/jpkm.v27i4.23283>
- Muda, F. (2025). Community participation in Indonesian sustainable tourism: A systematic review of models, impacts, and gaps. *Priviet Social Sciences Journal*, 5(8), 125-139. <https://doi.org/10.55942/pssj.v5i8.462>
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). Community-based tourism development model and community participation. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 7(4), 1-27. https://www.ajhtl.com/uploads/7/1/6/3/7163688/article_16_vol_7_4_2018.pdf
- Bislev, A. (2017). Student-to-student diplomacy: Chinese international students as a soft-power tool. *Journal of Current Chinese Affairs*, 46(2), 81-109. <https://doi.org/10.1177/186810261704600204>
- Li, T. T. (2015). The role of diaspora tourism in affecting the diasporic individuals in place attachment: a study of Chinese diaspora in North America. <https://theses.lib.polyu.edu.hk/handle/200/7952>
- Cahyanto, I., Liu-Lastres, B., & Gallagher, W. (2023). Diaspora engagement in tourism crisis recovery: The case of Indonesia. *Tourism Review*, 78(4), 1133-1146. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2022-0291>
- Kusnedi, R., Arafah, W., Hutagalung, M. H., & Wulan, S. (2025). The role of gastrodiploamacy in enhancing Indonesian culinary tourism abroad. *KnE Social Sciences*, 10(29), 572-583. DOI:10.18502/kss.v10i29.20298
- Huang, W. J., Hung, K., & Chen, C. C. (2018). Attachment to the home country or hometown? Examining diaspora tourism across migrant generations. *Tourism Management*, 68, 52-65. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.02.019> 0261-5177
- Sürücü, L. (2020). Validity and reliability in quantitative research. *Business & management studies: an international journal*. doi: <http://dx.doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1540>
- Jamal, T., Budke, C., & Barradas-Bribiesca, I. (2019). Community-based tourism and 'development'. In *A research agenda for tourism and development* (pp. 125-150). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788112413.00013>
- Widyaswari, M., Susanto, S. F., Nusantara, W., & Agustina, I. (2025, February). Integration of local wisdom in sustainable tourism development strategy in the traditional village of Ende Tribe. In *International Joint Conference on Arts and Humanities 2024 (IJCAH 2024)* (pp. 1675-1694). Atlantis Press. doi: [10.2991/978-2-38476-317-7_159](https://doi.org/10.2991/978-2-38476-317-7_159).